

Ferramentas e framework digital da educação corporativa



PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO
Pós-Graduação *Lato Sensu*
Comunicação Organizacional

Sumário

1. Nome do Curso e Área do Conhecimento	3
2. Características Técnicas do Curso	3
3. Público-alvo	3
4. Critérios de Seleção	4
5. Justificativa do Curso	4
6. Objetivos do Curso	4
7. Competências e Habilidades do Egresso	5
8. Metodologia de Ensino e Aprendizagem	5
9. Estágio Não Obrigatório	8
10. Matriz Curricular	10
11. Carga Horária	10
12. Conteúdo programático	11
13. Infraestrutura Física e Pedagógica	30

1. Nome do Curso e Área do Conhecimento

Nome do Curso: Comunicação Organizacional

Área de Avaliação (CAPES): COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

Grande Área (CAPES): CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS (60000007)

Área do Conhecimento (CAPES): RELAÇÕES PÚBLICAS E PROPAGANDA (60904003)

Classificação OCDE: Negócios, administração e direito

2. Características Técnicas do Curso

Modalidade: Educação a Distância

Número máximo de vagas por Polo/Unidade: 1000 alunos

Período de Oferecimento: O curso possui entrada intermitente, respeitadas as datas de início e de fim cadastradas na oferta, bem como observado o período indicado para a sua integralização.

Limitações legais

Resolução CNE/CES Nº 1, de 06 de abril de 2018, que estabelece normas para o funcionamento de cursos de pós-graduação lato sensu.

O candidato deverá ser graduado com diploma devidamente registrado segundo as normas estabelecidas pelo MEC.

3. Público-alvo

Profissionais que atuam e assumiram desafios na área da comunicação organizacional e relações públicas, que desejam se atualizar e se aprofundar em conceitos e práticas modernas desse campo de conhecimento -

buscando a sintonia entre os interesses de organizações e os seus respectivos públicos internos e externos.

4. Critérios de Seleção

O ingresso na pós-graduação será realizado por meio de inscrição no portal da Instituição e entrega dos documentos solicitados. Em seguida, analisados pela área competente.

5. Justificativa do Curso

O sistema de comunicação dentro de organizações geralmente é bem complexo, existindo diversos processos, níveis de análises, barreiras, fluxos, canais e redes de comunicação. As organizações modernas, portanto, precisam de profissionais que conheçam esse ambiente e que saibam como tornar as comunicações mais eficientes e eficazes dentro dele. Dessa forma, esse profissional pode ser o fator diferencial para tornar uma organização bem sucedida - ou não. Por isso, a demanda por ele vem crescendo nos últimos anos.

6. Objetivos do Curso

6.1. Objetivo Geral

- Oferecer conhecimento prático sobre o planejamento estratégico de comunicação integrada.

6.2. Objetivos Específicos

- Aprender boas práticas de branding, bem como de identidade organizacional.

- Construir e manter boas imagens e reputações.
- Colocar em prática a pesquisa e a análise de dados em organizações.
- Gestão de presença da organização em mídias digitais.

7. Competências e Habilidades do Egresso

Competências

O curso busca unir a teoria recente da comunicação com a prática, com o intuito de formar alunos aptos para atuarem na comunicação estratégica de organizações exigentes. O aluno egresso vai aprender sobre o complexo mundo da comunicação organizacional: do surgimento e evolução até as melhores práticas da atualidade. Além disso, vai aprender melhores ações de branding e conhecer ferramentas de diagnóstico e identificação de públicos e de mensuração de resultados. Tais competências são fundamentais para um mercado de trabalho que busca profissionais que entendam de comunicação interna e externa e que tomem decisões com base em dados.

Habilidades

- Compreender como funciona o sistema de comunicação nas organizações.
- Capacitar o aluno a desenvolver um plano de comunicação corporativa e de relações públicas nas empresas em que atuam – ou desejam atuar.
- Aprender sobre mensuração de resultados de comunicação e gestão de indicadores.

8. Metodologia de Ensino e Aprendizagem

O desenvolvimento das disciplinas do curso se dará no ambiente virtual, onde o aluno cumprirá 40 horas por disciplina.

Estas 40 horas são compostas pelo estudo dos diversos insumos pedagógicos disponibilizados, como:

- ✓ materiais de leitura;
- ✓ videoaulas;
- ✓ slides;
- ✓ podcasts;
- ✓ indicações de leituras extras como artigos e capítulos de livros.

Como parte do modelo acadêmico, também contabilizamos:

- ✓ a interação com os tutores para esclarecimentos de dúvidas pedagógicas (via Fórum);
- ✓ a realização da avaliação disciplinar pelo aluno.

Vale ressaltar que cada aluno é único e tem seu próprio tempo para aprendizagem. Alguns conseguem assimilar o conteúdo com mais agilidade, outros precisam retomar as leituras e videoaulas para tornar sua aprendizagem efetiva.

O tempo gasto pelo aluno para o entendimento de cada disciplina depende também da sua familiaridade com o tema, ou seja, o conhecimento prévio que o aluno tem em relação a temática abordada.

No ambiente virtual, o aluno encontrará o conteúdo das disciplinas, organizados em temas/webaulas.

Para cada um deles, o aluno realizará um conjunto de atividades baseadas em leitura de textos de fundamentação teórica e acesso a recursos audiovisuais.

Um tutor apoiará as atividades realizadas no ambiente virtual, atendendo o aluno nas suas dúvidas por meio de ferramentas de comunicação.

O aluno, ao iniciar os seus estudos, terá um encontro presencial para acolhida/ambientação; esse encontro terá como objetivos:

- ✓ Integrar o aluno ao curso de Pós-Graduação.
- ✓ Dialogar e esclarecer as dúvidas sobre a proposta pedagógica do curso e as regras acadêmicas.

- ✓ Apresentar ao aluno o Ambiente Virtual de Aprendizagem (o primeiro acesso; o envio de documentos; os serviços de secretaria e financeiro; a disciplina Ambientação; a tutoria online; o boletim acadêmico; as disciplinas e seus conteúdos; a biblioteca virtual; entre outros).
- ✓ Proporcionar um momento de Network aos pós-graduandos.

Avaliação do Desempenho do Aluno

O aluno deverá realizar as atividades propostas no ambiente virtual. A realização das atividades irá compor sua frequência no curso, que será considerada para a sua aprovação.

A atividade avaliativa que o aluno realizará para compor a sua média é a Avaliação Virtual (AV); essa atividade é obrigatória e estará disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA, conforme cronograma de seu curso.

Para a aprovação em cada uma das disciplinas, o aluno deverá obter frequência de, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento) e nota igual ou superior a 7,0 (sete).

As notas devem ser expressas no intervalo de 0 (zero) a 10 (dez).

O aluno que obtiver média inferior a 7,0 (sete) nas disciplinas terá direito ao Programa de Dependência e Recuperação – PDR, mediante a solicitação de requerimento e respeitando o período de jubramento do curso.

O PDR será realizado no ambiente virtual de aprendizagem, sendo que o aluno terá acesso ao conteúdo da disciplina e realizará uma Avaliação Virtual - AV, e a nota obtida substituirá a média do aluno.

Para a obtenção do **Certificado** de Pós-graduação *Lato Sensu* – especialização, o aluno deverá cumprir todas condições seguintes:

- ✓ Frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) em todas as disciplinas;
- ✓ Nota igual ou superior a 7,0 (sete) em todas as disciplinas.

Certificação

O Certificado de conclusão de curso de Especialização será acompanhado por histórico escolar, em cumprimento às exigências da Resolução CNE/CES nº1, de 06 de abril de 2018, da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação.

Composição do Corpo Docente

O corpo docente do curso é constituído por profissionais qualificados, com comprovado saber em sua área de atuação, conforme Resolução CNE/CES nº1, de 06 de abril de 2018, sendo integrado, no mínimo, por 30% (trinta por cento) de portadores de título de pós-graduação *stricto sensu*, isto é, portadores de títulos de Mestrado e Doutorado, obtidos em programas de pós-graduação *stricto sensu* devidamente reconhecidos pelo poder público em território nacional, ou revalidados, conforme legislação vigente. Os demais docentes são certificados em nível de especialização, pós-graduação *lato sensu*, de reconhecida capacidade técnico-profissional.

9. Estágio Não Obrigatório

O estágio curricular não obrigatório tem como finalidade estimular o aluno a desenvolver atividades extracurriculares, para que possa inter-relacionar os conhecimentos teóricos e práticos adquiridos durante o curso e aplicá-los na solução de problemas reais da profissão, proporcionando o desenvolvimento da análise crítica e reflexiva para os problemas socioeconômicos do país, de acordo com a Resolução de Estágio curricular não obrigatório vigente na Instituição.

Os principais objetivos da prática do estágio curricular não obrigatório são:

- I. proporcionar o exercício do aprendizado comprometido com a realidade socioeconômica-política do país;
- II. propiciar a realização de experiências de ensino e aprendizagem visando à educação profissional continuada, alicerçada no desenvolvimento de competências e habilidades e ao exercício do pensamento reflexivo e criativo; e

II. incentivar o trabalho de pesquisa e investigação científica, visando ao desenvolvimento da ciência, da tecnologia e da cultura.

A carga horária é definida pela concedente de estágio, não podendo ultrapassar a carga horária máxima de 6 (seis) horas diárias e 30 (trinta) horas semanais, as quais podem ser realizadas em empresas públicas ou privadas, instituição de pesquisa, órgãos governamentais e não governamentais, e as próprias unidades da Universidade, desde que sigam às condições adequadas para que o estagiário possa aprofundar os seus conhecimentos teóricos e práticos adquiridos no curso.

Para o Curso de Pós-Graduação EAD, a prática do estágio curricular não obrigatório é permitida durante a vigência do curso, não podendo exceder em um mesmo campo de estágio o período de 2 (dois) anos.

Os estágios curriculares não obrigatórios devem estar apoiados em Termo de Compromisso e de comum acordo com a Instituição, devendo explicitar não somente os aspectos legais específicos, como também os aspectos educacionais e de compromisso com a realidade social.

O Planejamento do Estágio Curricular Não Obrigatório é de responsabilidade do coordenador de curso/professor orientador e também do Departamento de Estágios.

10. Matriz Curricular

DISCIPLINAS	CH PRÁTICA	CH TEÓRICA	CH TOTAL
Ambientação	0 h	0 h	0 h
Cultura organizacional	0 h	40 h	40 h
Comunicação e motivação nas organizações	0 h	40 h	40 h
Ferramentas digitais de estratégias organizacionais	0 h	40 h	40 h
Propósito organizacional e estratégias de comunicação interna	0 h	40 h	40 h
Ferramentas da comunicação	0 h	40 h	40 h
Comunicação assertiva	0 h	40 h	40 h
Educação corporativa como estratégia organizacional	0 h	40 h	40 h
Ferramentas e framework digital da educação corporativa	0 h	40 h	40 h
Treinamento e desenvolvimento	0 h	40 h	40 h

11. Carga Horária

A carga horária de 360 h constitui o conteúdo ministrado em 9 (nove) disciplinas.

12. | Conteúdo programático

Disciplina: Ambientação

Ementa: Ensino a distância: características desta modalidade de estudo. A tecnologia e o ensino à distância. Legislação do Ensino a Distância no Brasil. Aspectos relacionados ao perfil no Ensino a Distância.

Competências e Habilidades:

- Compreender a modalidade de ensino a distância.
- Identificar uma relação entre tecnologia e educação no contexto do EAD;
- Discutir elementos da legislação do ensino a distância no Brasil;
- Refletir sobre o perfil do aluno em ensino a distância.

Conteúdo Programático 1: Introdução ao Ensino a Distância.

Conteúdo Programático 2: Tecnologia e educação.

Conteúdo Programático 3: Legislação do Ensino a Distância no Brasil.

Conteúdo Programático 4: Perfil do aluno no Ensino a Distância.

Bibliografia básica:

BRASIL. Ministério da Educação. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional - Lei n. 9.394/96**. Brasília, 1996. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm. Acesso em: 6 dez. 2022.

BRASIL. Ministério da Educação. **Resolução CNE/CP n. 7, de 18 de dezembro de 2018**. Brasília, 2018. Disponível em: https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/view/CNE_RES_CNECESN72018.pdf. Acesso em: 6 dez. 2022.

GIL, H. A passagem da Web 1.0 para a Web 2.0 e... Web 3.0: potenciais consequências para uma 'humanização' em contexto educativo. 2014. **Boletim**

informativo Cybercentro Castelo Branco. Castelo Branco, 2014. Disponível em:
<https://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/2404/1/A%20passagem%20da%20Web%20Henrique.pdf>. Acesso em: 6 dez. 2022.

MEYER, A. I. da S. (2022). Conceituando a Educação a Distância. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 8, n. 1, p. 590-601, [s. l.], 2022. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/3835>. Acesso em: 6 dez. 2022.

VAZ, M. L. de L.; RIBEIRO, F.; COSTA, L. A. da. Os desafios da educação a distância on-line e a remotividade na nova engenharia educacional. **Brazilian Journal of Science**, v. 1, n. 4, p. 79-86. Goiás, 2022. Disponível em: <https://www.brazilianjournalofscience.com.br/revista/article/view/79>. Acesso em: 6 dez. 2022.

VIEIRA, D. M. L.; COSTA, L. A.; VAZ, M. L. L. Um novo olhar para a educação a distância. In: MACHADO, G. E.; COSTA, S. C.; SILVA, K. R. P. **Debates contemporâneos: perspectivas e reflexões atuais**. Santa Maria: Arco, 2021.

Bibliografia Complementar:

BAPTISTA, M. M. Internet: auxílio à educação. **BIBLOS - Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, v. 16, p. 37- 44, [s. l.], 2004. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/23717>. Acesso em: 6 dez. 2022.

MOORE, M.; KEARSLEY, G. **Educação a distância: uma visão integrada**. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

MORAN, J. M.; MASETTO, M. T.; BEHRENS, M. A. **Novas tecnologias e mediação pedagógica**. 21. ed. Campinas: Papirus, 2013.

PIVA, D. J.; PUPO, R.; GAMEZ, L. et al. **EAD na prática: planejamento, métodos e ambientes de educação on-line**. São Paulo: Elsevier, 2011.

Disciplina: Cultura Organizacional

Ementa: Conceito e elementos da cultura organizacional. Influências da cultura nacional na cultura das organizações. Relação entre cultura organizacional, cultura brasileira e diversidade. Diferenças entre cultura e clima organizacional. Associações entre cultura, clima e mudança organizacional. Papel dos líderes na construção da cultura e na jornada de evolução cultural.

Competências e Habilidades:

- Identificar os elementos que compõem a cultura das organizações;
- Compreender como as organizações funcionam em função de seus valores, suas crenças, seus rituais, suas normas e de outros elementos que lhes são característicos;
- Criar estratégias para a construção de uma cultura diversa e inclusiva;
- Reconhecer a importância da comunicação nos processos de mudança organizacional;
- Atuar como promotor de uma jornada de evolução cultural constante na organização.

Conteúdo Programático:

Conteúdo Programático 1: Cultura Organizacional e Cultura Brasileira

Conteúdo Programático 2: Cultura Organizacional e Diversidade

Conteúdo Programático 3: Cultura, Clima e Mudança Organizacional

Conteúdo Programático 4: Cultura e Liderança nas Organizações

Bibliografia básica:

DIAS, R. **Cultura organizacional:** construção, consolidação e mudanças. São Paulo: Atlas, 2013.

FELTRIN, C. M. de A. **Cultura e clima organizacional.** Curitiba: Contentus, 2020.

FREITAS, M. E. de. **Cultura organizacional:** evolução e crítica. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

FREITAS, M. E. de.; DANTAS, M. **Diversidade sexual e trabalho.** São Paulo: Cengage Learning, 2012.

MOTTA, F. P.; CALDAS, M. (Org.). **Cultura organizacional e cultura brasileira.** São Paulo: Atlas, 1997.

- PEREZ, F.C.; COBRA, M. **Cultura organizacional e gestão estratégica: a cultura como recurso estratégico**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- ROBBINS, S.P. **Comportamento organizacional**. 11.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- RODRIGUES, D. F.; NARDUCCI, V. **Mudança e cultura organizacional**. Rio de Janeiro: FGV, 2021.
- SALLES, J. R.; WOOD JR., T.; CALDAS, M. O desafio da mudança cultural. **GV Executivo**, v. 17, n.3, p.40-43, maio/jun. 2018.
- SCHEIN, E.H. **Cultura organizacional e liderança**. São Paulo: Atlas, 2017.
- SILVA, J. R. G. da; VERGARA S. C. Sentimentos, subjetividade e supostas resistências à mudança organizacional. **Revista de Administração de Empresas**, v.43, n.3, p.10-21, jul./set. 2003.
- SIQUEIRA, M. M. M. (Org.). **Medidas do comportamento organizacional: ferramentas de diagnóstico e de gestão**. Porto Alegre: Artmed, 2008.
- TONET, H. C. *et al.* **Liderança e gestão de pessoas em ambientes competitivos**. Rio de Janeiro: FGV, 2012.

Bibliografia complementar

- AMATO, L. (Coord.). **Diversidade e inclusão e suas dimensões**. São Paulo: Literare Books International, 2022.
- BARBOSA, L. **Igualdade e meritocracia: a ética do desempenho nas sociedades modernas**. Rio de Janeiro: FGV, 1999.
- CHU, R.A.; WOOD JR. T. Cultura organizacional brasileira pós-globalização: global ou local? **Revista de Administração Pública**, v.42, n.5, p.969-991, set./out. 2008.
- EDMONDSON, A. C. **A organização sem medo: criando segurança psicológica no local de trabalho para aprendizado, inovação e crescimento**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2020.

FISCHER, A. L.; DUTRA, J. S.; AMORIM, W. A. C. de (Org.). **Gestão de pessoas**: desafios estratégicos das organizações contemporâneas. São Paulo: Atlas, 2009.

FREITAS, M. E. de. **Cultura organizacional**: identidade, sedução e carisma? 5.ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

JOHNSON, S. K. **Inclusifique**: como a inclusão e a diversidade podem trazer mais inovação à sua empresa. São Paulo: Benvirá, 2020.

LUZ, R. **Gestão do clima organizacional**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

MIGUELES, C.; ZANINI, M. T. (Org.). **O elo perdido**: cultura, produtividade e competitividade. Rio de Janeiro: FGV, 2021.

PARADELA, V. C.; GOMES, A. P. C. Z. **Tendências da gestão de pessoas na sociedade do conhecimento**. Rio de Janeiro: FGV, 2018.

PESTANA, Mauricio. **A empresa antirracista**: como CEOs e altas lideranças estão agindo para incluir negros e negras nas grandes corporações. 2.ed. Rio de Janeiro: Agir, 2021.

PLIOPAS, A.L.V.; TONELLI, M. J. Dilemas da cultura organizacional. **RAE Executivo**, v.2, n.4, p.78-82, nov. 2003/jan. 2004.

TANURE, B.; DUARTE, R. G. (Org.). **Gestão internacional**. São Paulo: Saraiva, 2006.

VERGARA, S.C. A liderança aprendida. **GV Executivo**, v.6, n.1, p.61-65, jan./fev. 2007.

VERGARA, S. C. **Gestão de pessoas**. 16.ed. São Paulo: Atlas, 2016.

Disciplina: Comunicação e Motivação nas Organizações

Ementa: Introdução à Comunicação; Comunicação na Era Digital; Processo de Comunicação; Barreiras à Comunicação. Comunicação Organizacional. Tipos de Comunicação Organizacional; *Media Training*. Comunicação Intrapessoal; Comunicação Verbal e não Verbal; Comunicação Assertiva; Tipos de Comportamentos; Agressivo, Passivo, Passivo-Agressivo, Assertivo; Comunicação não violenta (CNV). Inteligência emocional. Liderança consciente. Mediação de Conflitos. Feedback. Conceito de Motivação; Teorias da Motivação: Hierarquia das necessidades de Maslow, Teoria dos dois fatores de Herzberg, Teoria Motivacional de Vroom. A importância da Comunicação para a Motivação dos Colaboradores.

Competências e Habilidades:

- Conhecer os Princípios Básicos da Comunicação e como usá-los para transmitir as informações de maneira clara e objetiva;
- Identificar os principais Elementos da Comunicação Verbal e não-verbal, bem como os tipos de Comportamentos;
- Entender os princípios básicos acerca da Comunicação não-violenta (CNV);
- Compreender a importância da Inteligência Emocional para um processo de comunicação e liderança eficiente;
- Reconhecer as Principais Teorias da Motivação;
- Entender a Relação de Comunicação x Motivação na Organização.

Conteúdo Programático 1: Introdução à Comunicação; Comunicação na Era Digital; Processo de Comunicação; Barreiras à Comunicação. Comunicação Organizacional. Tipos de Comunicação Organizacional; *Media Training*.

Conteúdo Programático 2: Comunicação Intrapessoal; Comunicação Verbal e não Verbal; Comunicação Assertiva; Tipos de Comportamentos: Agressivo, Passivo, Passivo-Agressivo, Assertivo; Comunicação não violenta (CNV).

Conteúdo Programático 3: Inteligência emocional. Liderança consciente. Mediação de Conflitos. *Feedback*.

Conteúdo Programático 4: Conceito de Motivação; Teorias da Motivação: Hierarquia das necessidades de Maslow, Teoria dos dois fatores de Herzberg, Teoria Motivacional de Vroom. A importância da Comunicação para a Motivação dos Colaboradores.

Bibliografia básica:

AGUIAR, Fernanda Rocha de. **Comunicação Interna**. Proto Alegre: Sagah, 2019.

BERG, Ernesto Artur. **Manual do Chefe em Apuros**: como lidar e resolver seus problemas no dia a dia. Curitiba: Juruá, 2011.

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento Organizacional**: a dinâmica do sucesso das organizações. 3. ed. Barueri: Manole, 2014.

GILLEN, Terry. **Assertividade**. São Paulo: Nobel, 2001.

GOLEMAN, Daniel. **Inteligência Emocional**: a teoria revolucionária que redefine o que é ser inteligente. 2. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

ROSENBERG, Marshall B. **Comunicação não-violenta**: técnicas para aprimorar relacionamentos pessoais e profissionais. São Paulo: Ágora, 2006.

Bibliografia complementar:

BONA, Nivea Canalli. **Assessoria de Imprensa**: ponte entre jornalistas e sociedade. Curitiba: InterSaberes, 2017.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de Recursos Humanos**: fundamentos básicos. 8. ed. rev. e atual. Barueri: Manole, 2016.

GEBER, Claudia Osna. **Comunicação Organizacional**. Curitiba: Contentus, 2020.

GODOI, Lucélia Silveira dos Santos. **Neurocomunicação e Comunicação não verbal Aplicada à Gestão de Pessoas**. Curitiba: Contentus, 2020.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Comunicação Organizacional Estratégica**: aportes conceituais e aplicados. São Paulo: Summus, 2016.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2019.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Teoria Geral da Administração**: da revolução urbana à revolução digital. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

NAVARRO, Valéria Maria. **Teoria da Comunicação e Comunicação não-violenta**. Curitiba: Contentus, 2020.

PIMENTEL, Marina de Oliveira. **Em Pauta**: manual prático de comunicação organizacional. Curitiba: InterSaberes, 2017.

RAHME, Lucia Helena. **Comunicação, Marketing e Novas Tecnologias na Gestão de Pessoas**. Curitiba: InterSaberes, 2017.

Disciplina: Ferramentas Digitais de Estratégias Organizacionais

Ementa: Nessa disciplina abordaremos diversas ferramentas digitais utilizadas pelos melhores profissionais e empresas para desenvolver, implementar e acompanhar estratégias e processos dentro das mais diversas áreas empresariais.

Competências e Habilidades:

- Entender o que caracteriza uma ferramenta digital, quais os diferentes tipos e possibilidades de aplicação nos negócios;

- Aplicar processos e métodos que suportam a adoção de ferramentas digitais nas mais diversas áreas empresariais;
- Analisar de forma crítica os diversos tipos de ferramentas digitais que uma empresa pode fazer uso.

Conteúdo Programático 1: Conceitos básicos sobre ferramentas digitais; principais aplicações e condições de uso; Ferramentas digitais para identificação de problemas de mercado e dores dos clientes ou usuários. Métodos e processos relacionados ao *Design Thinking* e ao *Job to be done* que suportam a adoção de tais ferramentas.

Conteúdo Programático 2: Ferramentas digitais para planejamento e experimentação de soluções e prototipação. Métodos e processos relacionados à *Technology Roadmapping*, Marketing Digital, *Lean Startup* e Experimentação.

Conteúdo Programático 3: Ferramentas digitais para gerenciamento de projetos e gestão da produção. Métodos e processos relacionados à execução, controle e monitoramento de metodologias ágeis.

Conteúdo Programático 4: Ferramentas digitais para gerenciamento de pessoas e das finanças. Métodos e processos relacionados à gestão do capital humano e das competências e métodos e processos relacionados à avaliação da performance das pessoas. Métodos e processos relacionados à gestão financeira.

Bibliografia:

ASSAF NETO, A.; LIMA, F. G. Curso de administração financeira. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

BALLOU, R. H. Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: Planejamento, Organização e Logística Empresarial. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

CHIAVENATO, I. Introdução à teoria geral da administração. 9. ed. Barueri: Manole, 2014.

KOTLER, P., KELLER, K. L. Administração de Marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Education Brasil, 2012.

MAXIMIANO, A. C. A. Administração para empreendedores. 2. ed. São Paulo: Ed. Prentice Hall, 2010.

OLIVEIRA, D. P. R. Estratégia empresarial & vantagem competitiva: como estabelecer, implementar e avaliar. 9. ed. São Paulo, Atlas, 2014.

SORDI, J. O. de. Gestão por Processos uma Abordagem da Moderna Administração. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

Bibliografia complementar:

BOWERSOX, Donald J.; COOPER, M. Bixby; CLOSS, David J. Gestão Logística de Cadeias de Suprimentos. Bookman, 2013

BREADLEY, R. A.; MYERS, S. C.; ALLEN, F. Princípios de finanças corporativas. 10. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013

KOTLER, P., ARMSTRONG, G. Princípios de Marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

MINTZBERG, H. et al. O processo da estratégia: conceitos, contextos e casos selecionados. 4. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

Disciplina: Propósito organizacional e estratégias de comunicação interna

Ementa: Alinhamento dos objetivos organizacionais e as ações de gente e gestão. Como a Comunicação Interna, endomarketing e cultura da organização podem contribuir para a divulgação de um propósito organizacional e para um alinhamento de objetivos, expectativas e valores entre os profissionais e as empresas. Como comunicar-se em rede e transformar os seus colaboradores no principal produto de marketing da sua empresa. Políticas organizacionais e a interação com a Comunicação Interna. Política interna de Gestão de Pessoas e os meios de se comunicar em redes. Estratégias de comunicação interna visando o alinhamento com a cultura organizacional, *compliance* e gestão de crises.

Competências e Habilidades:

- Transformar os seus colaboradores no principal produto de marketing da sua empresa.
- Compreender as diretrizes e propósitos organizacionais a partir das declarações estratégicas e de posicionamento da empresa.
- Aprender sobre as políticas organizacionais incluindo a política interna de RH e os seus meios de comunicação interna.
- Conhecer as estratégias de comunicação interna possíveis visando o alinhamento com os objetivos organizacionais, *compliance* e gestão de crises.

Conteúdo Programático 1: Identificando o propósito organizacional a partir das declarações estratégicas e do posicionamento de mercado de cada organização. Os objetivos e comportamento de empresas líderes de mercado, *startups*, empresas familiares, de terceiro setor, públicas.

Conteúdo Programático 2: As definições das políticas organizacionais e a importância da divulgação como instrumento de comunicação interna: políticas de qualidade, políticas de marketing, política interna de RH e seus meios de comunicação.

Conteúdo Programático 3: Estratégias de comunicação interna do RH como meio de gerenciar as pessoas, de informar, atualizar e orientar pessoas. As redes formais e informais de comunicação interna.

Conteúdo Programático 4: Os meios de comunicação interna voltados ao *compliance*, transparência, gestão de crises e alinhamento à cultura e propósitos organizacionais.

Bibliografia Básica:

AGUIAR, Fernanda Rocha de.; *et al.* **Comunicação interna**. Porto Alegre: SAGAH, 2019.

ASSI, Marcos. **Compliance:** como implementar. São Paulo: Trevisan Editora, 2018.

BRUM, Analista de Medeiros. **Endomarketing Estratégico**: Como transformar líderes em comunicadores e empregados em seguidores. São Paulo: Integrare, 2017.

LALOUX, Frederic; BERTELLI, Isabella. **Reinventando as Organizações**: Um guia para criar organizações inspiradas no próximo estágio da consciência humana. São Paulo: Vão, 2017.

MALONE, Michel S.; ISMAIL, Salim. **Organizações Exponenciais**: por que elas são 10 vezes melhores, mais rápidas e mais baratas que a sua. São Paulo: Alta Book, 2019.

MARCHIORI, Marlene. **Liderança e comunicação interna**. São Caetano do Sul/SP: Difusão Editora, 2017.

Bibliografia Complementar:

ANDERSON, Steve. **As cartas de Bezos**: 14 princípios para crescer como a Amazon. São Paulo: Sextante, 2020.

BOCK, Lazslo. **Um novo jeito de trabalhar**: Ideias do Google que vão transformar sua maneira de viver e liderar. São Paulo: Sextante, 2019.

HASTINGS, Reed. **A regra é não ter regras**: A Netflix e a Cultura da Reinvenção. São Paulo: Intrínseca, 2020.

MARCHIORI, Marlene Regina. **Cultura e comunicação organizacional**. São Caetano do Sul/SP: Difusão Editora, 2017.

RADDATZ, Vera Lucia Spacil; MULLER, Karla Maria. **Comunicação, cultura e fronteiras**. Ijuí: Ed. Unijuí, 2015. – 222 p. – (Coleção linguagens).

SCHEIN, Edgar H. **Cultura organizacional e liderança**. São Paulo: Atlas, 2017.

Disciplina: Ferramentas da comunicação

Ementa:

Introdução às ferramentas básicas e aos principais softwares adotados na área da Comunicação. Realização de exercícios de aplicação do conhecimento destas ferramentas em criações e produções características da prática

comunicativa. Reflexões sobre o ambiente inovador da Comunicação 5.0 e entendimento dos setores envolvidos e suas respectivas cadeias produtivas. Introdução à Gestão de Projetos. Pesquisa, visualização e análise de dados.

Competências e Habilidades:

- Aprender a usar as ferramentas/software mais importantes para a comunicação organizacional, de gestão de projetos à análise de dados.
- Desenvolver estratégias eficazes de comunicação, nas mais distintas situações.
- Compreender o funcionamento e as estratégias comunicacionais usadas por organizações modernas.
- Conhecer as estratégias de comunicação interna e externa usadas em busca de objetivos organizacionais.

Conteúdo Programático 1: A importância do mapeamento de dados: novas práticas na comunicação organizacional

Conteúdo Programático 2: O potencial e os novos dilemas dos novos canais de comunicação

Conteúdo Programático 3: Reflexão sobre o ambiente da Comunicação 5.0: Produzindo conteúdo para as mídias digitais

Conteúdo Programático 4: Pesquisa e análise de dados: a gestão do conhecimento no ambiente corporativo.

Bibliografia básica (mínimo 3):

ANDERSON, Chris. A Cauda Longa - Do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Ed. Elsevier Brasil, 2006.

ADOLPHO, Conrado. Os 8 P's do Marketing Digital: o Guia Estratégico de Marketing Digital. Novatec, 2018.

HELLER, Eva. A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão / Eva Heller; [tradução Maria Lúcia Lopes da Silva]. -- 1. ed. -- São Paulo: Gustavo

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

KOTLER et al. Marketing 4.0 - Do tradicional ao digital. 1ª edição. Editora Sextante, 2017.

NAKAMURA, Rodolfo. Mídia: como fazer um planejamento de mídia na prática. São Paulo: Farol do Norte, 2009.

Bibliografia Complementar (mínimo 3):

BONA, Nívea Canalli. Publicidade e propaganda: da agência à campanha. 1.ed. Curitiba: IBPEX, 2012.

BRIGGS, A.; BURKE, P. Uma história social da mídia: De Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

CORREA, Roberto. O atendimento na agência de comunicação. 2.ed. São Paulo: Global, 2013.

HEUSER, Carlos Alberto. Projeto de bancos de dados. 6.ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

Disciplina: Comunicação assertiva

Ementa:

A oratória, a retórica e a arte de falar ao público: da teoria à prática. Formas de aprimorar a comunicação oral e corporal, de maneira natural. Técnicas para postura e entonação de voz. Desenvolvendo técnicas que facilitam a performance do aluno em suas comunicações diárias, especialmente no ambiente de trabalho.

Competências e Habilidades:

- Aprender a atrair e a manter a atenção da audiência.

- Fazer apresentações que impressionam, de maneira estruturada e organizada.
- Aperfeiçoar a comunicação verbal e corporal.

Conteúdo Programático 1: Uma viagem pela história: a arte da retórica e do storytelling. Como fazer amigos e influenciar pessoas?

Conteúdo Programático 2: O poder da persuasão: a habilidade mais valiosa do mundo. Aprendendo a "vender" não apenas produtos e serviços, mas ideias, conceitos e crenças.

Conteúdo Programático 3: Organização de maneira inteligente das ideias ao falar em público. Treinamento para o tom, a dicção e a impostação de voz.

Conteúdo Programático 4: Comunicação 5.0: o uso de gatilhos mentais e de técnicas de copywriting.

Bibliografia básica (mínimo 3):

CARNEGIE, Dale. Como fazer amigos e influenciar pessoas. 52ª edição. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2012.

CIALDINI, Robert. As armas da persuasão: Como influenciar e não se deixar influenciar. 1ª edição. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2012.

MACCEDO, Paulo. Copywriting - Volume 1: O Método Centenário de Escrita Mais Cobiçado do Mercado Americano. 1ª edição. São Paulo: DVS Editora, 2019

Bibliografia Complementar (mínimo 3):

CARNEGIE, Dale. Como falar em público e encantar pessoas. 1ª edição. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2020

HANH, Thich Nhat. A arte de se comunicar. 1ª Edição. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2017.

PODMAJERSKY, Torrey. Redação Estratégica Para UX: Aumente Engajamento, Conversão e Retenção com Cada Palavra. 1ª edição. São Paulo: Novatec Editora, 2019

Disciplina: Educação Corporativa como estratégia organizacional

Ementa: A disciplina é compreendida pelos fundamentos e sistemas de gerenciamento de alta performance da Educação Corporativa: Sistemática de Educação Corporativa e Universidade Corporativa como “*TARGET*” do alto desempenho; Gestão do Capital Humano, Gestão do Conhecimento, Gestão da Comunicação, Gestão por Competências e Talentos; Metodologias de Ensino-Aprendizagem e Avaliação de Resultados; Ética e Valores Humanos; Papel do *Chief Learning Officer* e a Inteligência Emocional

Competências e habilidades:

- Compreender os conceitos que sustentam o desenvolvimento científico da educação corporativa, associado ao alto desempenho organizacional
- Desenvolver estratégias dentro da estrutura da empresa dos projetos direcionados para educação corporativa.
- Transformar em sujeito ativo os modelos práticos dedicados a personalização da aprendizagem.
- Traduzir através de indicadores de desempenho que demonstrem a performance dos programas implantados.

Conteúdo Programático 1: A origem da Educação Executiva. Uma breve História da transformação da Educação no Mundo Corporativo

Conteúdo Programático 2: Ética e Valores Humanos em Educação Corporativa. Uma Introdução ao ESG – Environment Social Governance

Conteúdo Programático 3: Fundamentos teóricos da educação corporativa: Um *overview* de Gestão do Capital Humano, Gestão do Conhecimento, Gestão da Comunicação e Gestão por Competências

Conteúdo Programático 4: Modelagem de Processos na Educação Corporativa. Aplicação de Gestão de Talentos na Educação Executiva, aplicadas a alta performance do CLO – (*Chief Learning Officer*). Inteligência Emocional como instrumento de desempenho Executivo.

Bibliografia:

VIEIRA, Paulo, PhD. **Poder e Alta Performance: O manual prático para reprogramar seus hábitos e promover mudanças profundas em sua vida.** São Paulo: Editora Gente, 2017

O'NEILL, Mary Beth. **Coaching – treinando executivos: como colocar os líderes frente a frente com seus desafios.** São Paulo: Futura, 2001

BAYMA, Fátima (Org.). **Educação Corporativa: desenvolvendo e gerenciando competências.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

EBOLI, Marisa (Org.). **Educação Corporativa: muitos olhares.** São Paulo: Atlas, 2014.

HOURNEAUX JUNIOR, F.; EBOLI, M. P.; MARTINS, E. C. Educação corporativa e o papel do Chief Learning Officer. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v.10, n.22, p. 105-117, 2008.

RAMAL, Andrea (Org.). **Educação Corporativa: como implementar projetos de aprendizagem nas organizações.** Rio de Janeiro: LTC, 2012.

RICARDO, Eleonora J. (Org.). **Gestão da educação corporativa: cases, reflexões e ações em educação a distância.** 1. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

TACHIZAWA, Takeshy; ANDRADE, Rui. **Tecnologias da Informação Aplicadas às Instituições de Ensino e às Universidades Corporativas.** São Paulo: Atlas, 2003.

Demais Referências:

ANGELONI, Maria Terezinha (Org.). **Organizações do conhecimento: infraestrutura, pessoas e tecnologias.** São Paulo: Saraiva, 2008.

BLOIS, Marlene; MELCA, Fátima. **Educação corporativa: novas tecnologias na gestão do conhecimento.** Rio de Janeiro: Edições Consultor, 2005.

EBOLI, M. (coord.). **Coletânea Universidades Corporativas: Educação para empresas no século 21.** São Paulo: Schmukler Editores, 1999.

_____. **Educação Corporativa no Brasil: Mitos e Verdades.** São Paulo: Editora Gente, 2004.

EBOLI, M.; FISCHER, A.; MORAES, F.; AMORIM, W. (Org.). **Educação corporativa: fundamentos, evolução e implantação de projetos.** São Paulo: Atlas, 2010.

FIALHO, Francisco et al. **Gestão do conhecimento e aprendizagem: as estratégias competitivas da sociedade pós-industrial.** Florianópolis: Visual Books, 2006.

FLEURY, Maria Tereza; FLEURY, Afonso. **Aprendizagem e Inovação Organizacional.** São Paulo: Atlas, 1995.

KLEIN, David. **A Gestão estratégica do capital intelectual: recursos para a economia baseada em conhecimento.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.

KNOWLES, Malcom; HOLTON III, Elwood; SWANSON, Richard. **Aprendizagem de Resultados: uma abordagem prática para aumentar a efetividade da educação corporativa.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

MEISTER, Jeanne. **Educação corporativa.** São Paulo: Makron Books, 1999.

RAMAL, Andrea (Org.). **Educação Corporativa**: fundamentos e gestão. Rio de Janeiro: LTC, 2012.

RUAS, Roberto; ANTONELLO, Claudia; BOFF, Luiz. **Aprendizagem Organizacional e Competências**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

TEIXEIRA, Andrea. **Universidades Corporativas X Educação Corporativa**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

Disciplina: Ferramentas e framework digital da educação corporativa

Ementa: Histórico da Educação Corporativa. Diferenças entre Treinamento e Desenvolvimento. Os papéis da Gestão do Conhecimento e da Aprendizagem Organizacional na Educação Corporativa. Educação Corporativa como estratégia da formação contínua do indivíduo. Planejando a jornada do colaborador com base nas trilhas formativas. Estratégias de Educação Corporativa para reforçar a marca empregadora. E o futuro? Gamificação, E-learning, Microlearning. Realidade Virtual. Inteligência Artificial.

Competências e Habilidades:

- Entender o percurso histórico da Educação Corporativa e sua importância para formação contínua dos profissionais;
- Diferenciar a Gestão do Conhecimento e Aprendizagem Organizacional e a interação com a Educação Corporativa;
- Desenvolver estratégias de Pedagogia Empresarial no planejamento da jornada do colaborador.
- Aplicar as boas práticas de Educação Corporativa em estratégias de construção do *Employer Branding*.
- Estruturar um programa de Educação Corporativa de acordo com as melhores práticas pedagógicas.

Conteúdo Programático:

- **Conteúdo Programático 1:** Percurso histórico da Educação Corporativa.
- **Conteúdo Programático 2:** Práticas da Pedagogia Empresarial.
- **Conteúdo Programático 3:** Educação Corporativa como estratégia pedagógica da Jornada do Colaborador e *Employer Branding*.

- **Conteúdo Programático 4:** Tendências em Educação Corporativa.

Bibliografia básica:

BORGES, M.; MENDES, G. S. **Princípios e práticas da pedagogia empresarial** [livro eletrônico]. Curitiba: Interateres, 2022.

KRAJDEN, M. **O despertar da gamificação corporativa** [livro eletrônico]. Curitiba: InterSaberes, 2017.

MUNHOZ, A. S. **Educação Corporativa: desafio para o Século XXI** [livro eletrônico]. Curitiba: InterSaberes, 2015.

MEISTER, J. C. **Educação corporativa: a gestão do capital intelectual através das universidades corporativas**. Tradução de Maria Cláudia Santos Ribeiro Ratto. São Paulo: Makron Books, 1999.

Bibliografia complementar:

KANAANE, R. **Comportamento Humano nas Organizações: O desafio dos líderes no relacionamento intergeracional**. 3ª edição. São Paulo: GEN/Atlas, 2017.

LANGHI, Celi. **Materiais instrucionais para o ensino a distância: uma abordagem da teoria da aprendizagem significativa de Ausubel**. São Paulo: Centro Paula Souza, 2015.

RUAS, Roberto Lima; ANTONELLO, Claudia Simone; BOFF, Luiz Henrique (Orgs.). **Os novos horizontes da gestão: aprendizagem organizacional e competências**. Porto Alegre: Bookman, 2005

Disciplina: Treinamento e Desenvolvimento

Ementa: Princípios da Pedagogia, andragogia e Heutagogia. Diferença de Treinar e Desenvolver. Elaboração de Programas de Treinamento e Desenvolvimento (T&D). Levantamento de necessidades, planejamento, Implantação e Follow-up dos treinamentos. Educação corporativa. E-learning e trilhas de aprendizagem organizacional. Metodologias ágeis.

Competências e Habilidades:

- Levantar as necessidades organizacionais ou pessoais de desenvolvimento;
- Compreender como funciona o aprendizado em adultos;

- Utilizar o arsenal de técnicas e métodos disponíveis para levantar as necessidades e implantar um plano de desenvolvimento organizacional;
- Conhecer as novas metodologias e tecnologias utilizadas na atualidade para o desenvolvimento organizacional e pessoal.

Conteúdo Programático 1: A Magia do aprendizado no Adulto. Diferenças básicas entre pedagogia, andragogia e Heutagogia. Principais diferenças entre os conceitos de capacitar e desenvolver. Os tipos de educação. E o fluxo da aprendizagem. Aprendizado pelo exemplo.

Conteúdo Programático 2: Aprendendo a aprender. Aprendendo a aprender. ou Novos e velhos desafios da Educação corporativa. Pressupostos do DO (desenvolvimento organizacional). Tipos de treinamento. Projetos de educação continuada e educação corporativa. Gestão do conhecimento e gestão por competências. Capital intelectual. Atividade por recompensa.

Conteúdo Programático 3: Reaprendendo a aprender. Novas tendências no processo de desenvolvimento de pessoas. Metodologias. Coaching, EAD, trilhas pedagógicas. Universidade corporativa. Estudo de casos, cases, sala de aula invertida. Mentory. Jogos corporativos, simulações e usos de apps.

Conteúdo Programático 4: Mais ação e menos achismos. O resultado não está no conhecimento, mas no comportamento. A dimensão do querer. Consequências, resultados e mensuração dos treinamentos. Avaliação, conhecimentos habilidades e atitudes. OKRs. Higiene mental e qualidade de vida no trabalho.

Bibliografia básica:

SILVA, Altair José da Silva (org.). **Gestão de Desempenho, treinamento e Desenvolvimento Pessoal**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015. ISBN: 978-85-430-1685-6

CAPRONI, Paula J. **Treinamento Gerencial**. Como dar um salto significativo em sua carreira profissional. São Paulo: Makron Books, 2002. ISBN: 85-346-1359-1.

BORGES, Martiele Cortes; MENDES, Giselly Santos; BARBOSA, Joana Áurea Cordeiro. **Princípios e prática da pedagogia Empresarial**. [Livro Eletrônico] Curitiba: Intersaberes, 2022. ISBN: 978-65-5517-409-0.

Bibliografia complementar:

FREIRE, Denilson A. L. **Treinamento e Desenvolvimento em Recursos Humanos**. Encenando e Efetivando Resultados. [Livro Eletrônico] Curitiba: Intersaberes., 2014. ISBN: 978-85-443-0099-2.

DI NIZO, Renata. **A educação do querer: ferramentas para o autoconhecimento e autoexpressão**. São Paulo: Agora, 2007. ISBN: 9788571831049

13. Infraestrutura Física e Pedagógica

O aluno encontrará todo o conteúdo do curso e assistirá às aulas gravadas no ambiente virtual. Para assistir às aulas é fundamental que as especificações abaixo sejam obedecidas, possibilitando, assim, uma recepção de maior qualidade dos vídeos.

Hardware:

- Processador Intel Core 2 Duo ou superior.
- 2Gb de Memória RAM.
- Placa de vídeo com resolução 1024x768, qualidade de cor 32 bits e compatível com Microsoft DirectShow.
- Microsoft DirectX 9.0c ou posterior.

Software:

- Navegador: Firefox, Google Chrome, Internet Explorer (sempre atualizado).
- Sistema Operacional: Windows XP ou posterior.
- Adobe Flash Player (atualizado).
- *Plugin* de vídeos SilverLigth (atualizado)

Rede:

- Conexão com a Internet banda larga de no mínimo 2 MB.

- Em caso de acesso em ambientes corporativos além da velocidade, é necessário verificar as condições de segurança de rede de sua empresa e se certificar que o site não estará bloqueado.

Adicionalmente, é prevista a utilização da biblioteca virtual para consultas bibliográficas e pesquisa de assuntos referentes às disciplinas ministradas.

